การสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

Survey on Behavior of Thai Muslim Tourists Traveling to Umrah in The New Normal Style in Makkah Saudi Arabia After the Spread of COVID-19

กฤชมน บุญอยู่[1]
วีระ วีระโสภณ[2]
s645638280l8@ssru.ac.th[1], weera.we@ssru.ac.th[2]
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จะใช้ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรม ประชากรของการศึกษานี้คือชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม ถึง วันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2565 จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย เห่งพุ่ม และวีระ วีระโสภณ 2019) โดยการศึกษานี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 100 ชุด ผลการวิจัยพบว่า เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 61 และรองลงมาคือเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 39 อายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 16 อายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 สถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 51 และแต่งงานแล้วคิดเป็นร้อยละ 49 ระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 68 ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 21 ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 8 ปริญญาเอกคิดเป็นร้อยละ 3 อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 53 เจ้าของธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 22 รับราชการคิดเป็นร้อยละ 12 นักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 5 พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 2 แม่บ้านคิดเป็นร้อยละ 2 ข้าราชการเกษียณ ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 1 รายได้ต่อเดือน พบว่า ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 30,001-40,000 บาท คิด

เป็นร้อยละ 18 มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12 ภูมิลำเนา พบว่า ภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 62 กรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 37 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 1

คำสำคัญ : การสำรวจ, พฤติกรรม, นักท่องเที่ยว

Abstract

Research study on Survey on behavior of Thai Muslim tourists traveling to Umrah in the New Normal way in Makkah Saudi Arabia After the spread of COVID-19 the objective of this study was to study the behavior of Thai Muslim tourists traveling to Umrah in the New Normal way in Makkah. Saudi Arabia After the spread of COVID-19 It is used with an online questionnaire that identifies the respondents by entering the email address of the behavioral questionnaire. The population of this study was Thai Muslims who traveled to the New Normal Umrah in Makkah. Starting from January 15 to March 15, 2022, the sample size was assessed and the ratio was determined (Panruthai Heengpoom and Weera Weerasophon 2019). This study used 100 samples. The research found that gender; the majority of respondents were male, accounting for 61%, followed by females, representing 39 percent. Age, found that most of the respondents were aged 21-30 years, representing 37 percent, aged 31-. 40 years, representing the percentage, aged 35, 41-50 years, accounting for 16%, aged over 60 years, representing 6%, marital status, found that most of them were single, accounting for 51% and married, accounting for 49 percent level. The study found Most of them were bachelor's degrees accounted for 68%, master's degree accounted for 21%, lower than bachelor's degree accounted for 8%. Occupation found that most of them were company employees 53% , business owners accounted for 22% , civil servants accounted for 12% , students/ students thought. were 5% , state enterprise employees accounted for 2%, housewives accounted for 2%, retired civil servants, employed gardening workers accounted for 1%, monthly income was lower than 20,000 baht, representing 26 percent, 40,001-50,000 baht, representing 24 percent, 20,001-30,000 baht, representing 20 percent, 30,001-40,000 baht, representing 18 percent, more than 50,001 baht, representing 12 percent. Domicile found that the southern region accounted for 62 percent, Bangkok, accounted for 37 percent. Northeastern region accounted for 1 percent

Keywords: Survey, Behavior, Tourist

บทนำ

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหู่เปย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในภาคกลางของประเทศจีน กว่า 19 ล้านคน วันที่ 30 ธันวาคม 2562 สำนักงานสาธารณสุขเมืองอู่ฮั่น มณฑลหู่เปย์ได้ออกประกาศเป็นทางการพบโรคปอดอักเสบไม่ทราบสาเหตุ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับตลาดอาหารทะเลที่เมืองอู่ฮั่น โดยสาเหตุที่เป็นไปได้มากที่สุดในการติดต่อสู่คน คือการสัมผัสกับเนื้อสัตว์ประเภทต่าง ๆ ที่วางขายในตลาดและเนื่องจากเมืองอู่ฮั่นเป็นเมืองใหญ่ที่มีประชาชนอยู่หนาแน่นจึงทำให้การระบาดแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วมีผู้ป่วยหนักและผู้เสียชีวิตจำนวนมาก หลังจากพบการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในเมืองอู่ฮั่นประเทศจีนและองค์การอนามัยโลก ได้ออกมาระบุว่า ไวรัสชนิดดังกล่าว คือ SARS-CoV-2 เรียกว่า COVID-19 (ย่อมาจาก CO แทน corona, VI แทน virus, D แทน disease และ 19แทน 2019) ตามการประกาศ ชื่ออย่างเป็นทางการที่ใช้เรียกโรคทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ขององค์การอนามัยโลก และพบการแพร่เชื้อจากคนสู่คน ผ่านละอองฝอยขนาดเล็ก (aerosol) องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern – PHEIC) ในวันที่ 30 มกราคม 2563 ต่อมาได้พบผู้ป่วยยืนยันในหลายประเทศทั่วโลก (กลุ่มพัฒนาวิชาการโรคติดต่อ,2564)

สถานการณ์ท่องเที่ยวมุสลิมโลก ในเวลานี้กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่น่าจับตามองเป็นอันดับต้นๆถ้าแบ่ง Demographic Segment ตามศาสนา แน่นอนว่าหลายคนคงตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนี่แหละที่กำลังมาแรงและน่าจับตามองมากที่สุดเหตุผลง่าย ๆ คงหนีไม่พ้นอัตราการเติบโตของประชากรชาวมุสลิมทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการเติบโตมากกว่าสองเท่าของอัตราการเพิ่มของประชากรโลก นอกจากนั้นผลสำรวจจาก MasterCard ที่ได้ทำร่วมกับ CrescentRating ได้ออกมาเปิดเผยข้อมูลอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางระหว่างประเทศว่ามีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด สวนทางทิศทางเศรษฐกิจโลกอย่างชัดเจน จาก 25 ล้านคนในปี 2000 เป็น 98 ล้านคนในปี 2010 และเพิ่มเป็น 121 ล้านคนในปี 2016 MasterCard ยังได้คาดการณ์อนาคตอันใกล้ไว้อีกด้วยว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเพิ่มขึ้นเป็น 158 ล้านคนภายในอีก 2 ปีข้างหน้า และในขณะเดียวกัน ประชากรมุสลิมทั่วโลกจะมีปริมาณกว่าร้อยละ 26 ของประชากรโลกภายในปี 2030 อีกด้วย

ลักษณะนิสัยเฉพาะตัวของผู้บริโภคกลุ่ม Millennial ไม่ว่าจะมาจากศาสนาไหน คงมีคำนิยามสั้น ๆ เพียง 5 คำมาอธิบาย ซึ่งก็คือ Specific Need (มีความต้องการเฉพาะเจาะจง), Character (มีความเป็นเอกลักษณ์), Motive (มีความจูงใจ), Expectation (มีความคาดหวัง) และ Tech-savy (มีความเชี่ยวชาญ

เทคโนโลยี) สำหรับข้อแตกต่างที่ชัดเจนอีกอย่างหนึ่งของผู้บริโภคกลุ่ม Millennialที่แตกต่างจากผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ก็คงจะเป็นลักษณะนิสัยการชอบแชร์ประสบการณ์และชอบแสดงออกทางความคิดที่เปิดกว้างทั้งบนโลกออนไลน์และออฟไลน์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนมาก นิยมเดินทางกันเป็นครอบครัว ซึ่งในขณะเดียวกัน MasterCard ก็ได้ออกมาระบุเพิ่มเติมว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เกิดระหว่างปี 1980-2000 (ร้อยละ 60 ของประชากรมุสลิมทั่วโลก) มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งกับเพื่อนเดินทางคนเดียวและครอบครัว ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2016 กว่าร้อยละ 36 แน่นอน ว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Muslim Millennial จะต้องทำให้รูปโฉมตลาดการท่องเที่ยวนั้นสั่นคลอนอย่างแน่นอนในอนาคตอันใกล้นี้

นักเดินทางกลุ่ม Muslim Millennial ส่วนมากจะนิยมเดินทางเพื่อจุดประสงค์หลักในการพักผ่อน สัมผัสประสบการณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นและเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อปี พวกเขาให้ความสำคัญเรื่องค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่าและสมเหตุสมผล ผลสำรวจของ MasterCard และ Halal Trip ได้ระบุค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Muslim Millennialโดยแบ่งออกเป็น 5 หมวดค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (ค่าใช้จ่ายสำหรับบัตรโดยสารเครื่องบิน ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายซื้อของช๊อปปิ้ง และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด) ผลปรากฏว่าในแต่ละทริป นักท่องเที่ยว Muslim Millennial หนึ่งคนจะใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 101-500 เหรียญสหรัฐต่อหมวดค่าใช้จ่าย(ประมาณ 3,232-16,000 บาท ต่อหมวดค่าใช้จ่าย) ส่วนความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นั้น ก็จะคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม Generation อื่น ๆ เช่น ความต้องการในอาหารฮาลาลและความต้องการในสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนกิจ (บัณฑิต เอนกพูนสินสุข,2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ผู้ศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมจากข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาพบว่าการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมเป็นกลุ่มหลักๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นอันดับต้น ๆ เป็นจุดประสงค์หลักที่เดินทาง ซึ่งพวกเขาจะให้ความสำคัญในเรื่องค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่าและสมเหตุสมผล ค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับบัตรโดยสารเครื่องบิน ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายซื้อของช๊อปปิ้ง และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดเป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ต้องการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ต้องการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จะใช้ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรม ประชากรของการศึกษานี้คือชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม ถึง วันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2565

2. จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย เห่งพุ่ม และ วีระ วีระโสภณ 2019) โดยการศึกษานี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 100 คน

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านอาหารและที่พักเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อไปอุมเราะห์ของชาวไทยมุสลิมที่นครมักกะฮ์ประเทศซาอุดิอาระเบีย

ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง สามารถสรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 61 และรองลงมาคือเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 39 อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ อายุ 35 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 16 อายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 สถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสโสดคิดเป็นร้อยละ 51 และแต่งงานแล้วคิดเป็นร้อยละ 49 ระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 68 ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 21 ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 8 อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 53 เจ้าของธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 22 นักเรียน/นักศึกษาคิด

เป็นร้อยละ 5 พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 2 แม่บ้านคิดเป็นร้อยละ 2 ข้าราชการเกษียณ ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 1 รายได้ต่อเดือน พบว่า ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12 ภูมิลำเนา พบว่า ภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 62 กรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 37 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 1

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์ แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ตารางที่ 1 ความถี่ในการเดินทางไปอุมเราะห์ แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
1 ครั้ง	92
2 ครั้ง	4
3 ครั้ง	3
มากกว่า 3 ครั้ง	1

ความถี่ในการเดินทางไปอุมเราะห์ แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ความถี่ในการเดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal จำนวนมากที่สุด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 92 รองลงมาคือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4 ความถี่ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3 และลำดับสุดท้ายมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 เหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปอุมเราะห์ที่ นครมักกะห์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย คือ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
ราคาที่เหมาะสม	47
บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	50
บริษัทมีชื่อเสียง	1
การบริการของพนักงาน	0
โปรแกรมการเดินทางที่หลากหลาย	2

เหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปอุมเราะห์ที่ นครมักกะห์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทมีความน่าเชื่อถือคิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือราคาที่เหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 47 โปรแกรมการเดินทางที่หลากหลายคิดเป็นร้อยละ 2 บริษัทมีชื่อเสียงคิดเป็นร้อยละ 1 และลำดับสุดท้ายการบริการของพนักงานคิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ท่านชำระเงินค่าบริการสินค้า บริการ ด้วยวิธีใด ตลอดการเดินทางไปอุมเราะห์ที่ นครมักกะห์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
เงินสด	84
บัตรเครดิต	14
เงินสดและบัตรเครดิต	2

ชำระเงินค่าบริการสินค้า บริการ ด้วยวิธีใด ตลอดการเดินทางไปอุมเราะห์ที่ นครมักกะห์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย พบว่า ส่วนใหญ่ใช้จ่ายด้วยเงินสดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาคือบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 14 และลำดับสุดท้ายคือเงินสดและบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านอาหารและที่พักเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์ แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ตารางที่ 4 ท่านประทับใจสถานที่ใดมากที่สุด ระหว่างไปอุมเราะห์ ในประเทศซาอุดิอาระเบีย

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
มัสยิดอัลฮะรอม Masjid al-Haram	93
น้ำพุกษัตริย์	1
อับรอญุลบัยต์ทาวเวอร์ Abraj Al-bait Tower	0
ทุ่งมีนา	6

ประทับใจสถานที่ใดมากที่สุด ระหว่างไปอุมเราะห์ ในประเทศซาอุดิอาระเบีย พบว่า สถานที่ที่ประทับใจมากที่สุดคือมัสยิดอัลฮะรอม Masjid al-Haram คิดเป็นร้อยละ 93 รองลงมาคือทุ่งมีนาคิดเป็นร้อยละ 6 และน้ำพุกษัตริย์คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อไปอุมเราะห์ ของชาวไทยมุสลิม ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย

1. ควรมีการใส่ใจดูและและเข้าถึงการบริการให้กับกลุ่มผู้สูงอายุจัดการให้มีที่นั่งที่สะดวกสบายตลอดเส้นทางในการเดินทาง
2. ควรเพิ่มมาตรการเข้มงวดในเรื่องของสถานการณ์โควิด-19 เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาที่ซ้ำซ้อนเพิ่มขึ้น และควรระมัดระวังป้องกันตนเองขณะเดินทาง
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่ขยายเป็นวงกว้าง
4. ควรมีราคาพิเศษสำหรับนักเดินทางที่มีกระเป๋าน้ำหนักเกินมาตรฐาน
5. ควรมีการประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางตั้งแต่การซื้อตั๋วเครื่องบินเพื่อเดินทางรวมไปถึงการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ราคาไม่ควรแพงเกินไปเพื่อเปิดโอกาสสำหรับนักเที่ยวท่านอื่น ๆ ที่มีงบประหยัดสำหรับการเดินทาง
6. ควรมีการให้คำแนะนำและข้อมูลต่าง ๆ สำหรับผู้ที่มีการเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่เป็นครั้งแรก เช่น ความรู้ทางด้านศาสนา ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ เป็นต้น

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง การสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 61 และรองลงมาคือเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 39 อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ อายุ 35 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 16 อายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 สถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสโสดคิดเป็นร้อยละ 51 และแต่งงานแล้วคิดเป็นร้อยละ 49 ระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 68 ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 21 ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 8 อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 53 เจ้าของธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 22 นักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 5 พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 2 แม่บ้านคิดเป็นร้อยละ 2 ข้าราชการเกษียณ ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 1 รายได้ต่อเดือน พบว่า ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 มากกว่า

50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12 ภูมิลำเนา พบว่า ภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 62 กรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 37 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์ แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 มีการเดินทางไม่บ่อยครั้งมากเนื่องจากยังมีเหตุการณ์จากสถานการณ์โควิด-19 และข่าวสารในการเดินทางไปท่องเที่ยวมีการแพร่กระจายและพบเจอบนโลกออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ เป็นต้น การเดินทางส่วนใหญ่จะไปเป็นครอบครัวและค่าใช้จ่ายเป็นทางครอบครัวหรือหัวหน้าครอบครัวเป็นผู้ดูแลและออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด ข้อมูลด้านอาหารและที่พักเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางไปอุมเราะห์ แบบ New Normal ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 อาหารฮาลาลที่ประทับใจในการเดินทางไปเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่คือ สเต็กเนื้ออาหารไทยที่คนส่วนใหญ่เมื่อเดินทางไปต่างประเทศจะคิดถึงมากที่สุดคือต้มยำกุ้งและกระเพราไข่ดาว โดยมีน้ำพริกเป็นอาหารไทยฮาลาลที่ชาวไทยมุสลิมนำติดกระเป๋าเดินทางไปด้วยมากที่สุด รองลงมาคือบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ส่วนทำเลที่พักสถานที่ที่ประทับใจมากที่สุดคือมัสยิดอัลฮะรอม Masjid al-Haram และน้ำซัมซัมนิยมซื้อเป็นของฝากกลับประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มพัฒนาวิชาการโรคติดต่อ.(2564).**การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).** [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา:https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2017420210820025238.pdf. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2565.

บัณฑิต เอนกพูนสินสุข.(2563). **Shape of Muslim Millennial สถานการณ์ท่องเที่ยวมุสลิมโลก.** [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา: https://www.tatreviewmagazine.com/article/shape-of-muslim-millennial/.สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2565.

ศราวุฒิ อารีย์. (2563). **การท่องเที่ยววิถีอิสลาม: โอกาสของไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.** ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาเอเชียตะวันตกศึกษา มหาวิทยาลัยมุสลิมอาลีการ์ อินเดีย และหัวหน้าศูนย์เชี่ยวชาญพิเศษมุสลิมศึกษา:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2:5.